

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2017-2018

“CREACIÓN DE UN EVENTO CREATIVO ENFOCADO AL
ÁMBITO EDUCATIVO INFANTIL”

Trabajo Fin de Grado

Realizado por:

Alba Sánchez Aguado

Tutora: Teresa Gema Martín Casado

Segovia, Julio 2018

Índice

1. Introducción -----	1
2. Justificación -----	2
3. Objetivos que pretendo con el TFG -----	3
4. Metodología -----	3
5. Fundamentación teórica -----	4
5.1 Definición y evolución de evento hasta la actualidad. -----	4
5.2 Tipos de eventos -----	11
5.3 Características y objetivos de los eventos -----	13
5.4 Evento educativo. Evento social. -----	14
5.4.1 Características y objetivos -----	16
5.5 Protocolo y su papel en un evento educativo. -----	16
6. Puesta en práctica. -----	20
6.1 Estudio del caso -----	20
6.2 Método llevado a cabo para la explicación y exposición del evento. ----	21
6.3 PRE-ACTO -----	21
6.3.1 Introducción -----	21
6.3.2 Definición del evento -----	23
A) ¿Qué es un evento?	
B) ¿Qué buscamos conseguir a través de este evento?	
6.3.3 Objetivos -----	25
6.3.4 Público objetivo del acto -----	26
6.3.5 Lugar de realización -----	26
A) Tamaño y capacidad	
B) Facilidad de acceso	
C) Estancias adaptadas para charlas	
D) Edificio cultural	
6.3.6 Comunicación del evento -----	28
6.3.7 Diseño y elaboración de material impreso-----	28
6.3.8 Presupuesto y fuentes de financiación -----	29
6.3.9 Comunicación del evento -----	31
A) Comunicación interna	

B) Comunicación externa	
C) Tratamiento de medios	
6.4 ACTO -----	34
6.4.1 Calendario -----	34
6.4.2 Planificación -----	35
A) Fecha	
B) Hora y programación	
C) Lugar	
6.4.3 Cronograma -----	37
6.4.4 Desarrollo del evento -----	38
6.5 POST-ACTO -----	39
7. Conclusión -----	40
8. Bibliografía -----	42
9. Anexos -----	45

Índice de tablas

Tabla 1: Creación propia. Paradigma de Laswell -----	6
Tabla 2: Creación propia. Tipos de eventos. De donde proceden los asistentes -----	11
Tabla 3: Creación propia. Tipos de eventos. -----	12
Tabla 4: Creación propia., clasificación de los eventos -----	13
Tabla 5: Presupuesto de imprenta -----	30
Tabla 6: Presupuesto Merchandising -----	31
Tabla 7: Calendario -----	34
Tabla 8: Cronograma -----	37
Tabla 9: Encuesta enfocada a familia con hijos -----	45

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Primera Planta. Palacio de Quintanar -----	36
---	----

Ilustración 2: Segunda planta. Palacio de Quintanar -----	36
Ilustración 3: Patio palacio de Quintanar -----	49
Ilustración 4: Patio exterior. Espectáculo -----	49
Ilustración 5: Salas para charlas -----	50
Ilustración 6: Talleres. El palacio de Quintanar -----	50
Ilustración 7: Bolsa Educalife -----	51
Ilustración 8: Chapa Educalife -----	51
Ilustración 9: Mochila Educalife -----	51
Ilustración 10: Camiseta Educalife -----	51
Ilustración 11: Entrada para el evento -----	53
Ilustración 12: Flyer -----	54
Ilustración 13: Exterior programa -----	55
Ilustración 14: Interior programa -----	55
Ilustración 15: Roll Up -----	56
Índice de Graficas	
Gráfica 1: Resultados Pregunta 1 -----	46
Gráfica 2: Resultados Pregunta 2 -----	46
Gráfica 3: Resultados Pregunta 3 -----	47

1. Introducción

El Trabajo de Fin de Grado se presentará dividido en dos partes. En esta primera parte comenzaré con una parte empírica, en la que me basaré en diferentes conceptos desde diferentes aspectos los cuales pondré en práctica llevado a un evento creativo enfocado al ámbito educativo infantil. Llevaremos a cabo una organización concisa donde explicaremos los objetivos que perseguimos con ello.

Con respecto a este proyecto visto desde la parte empírica se centrará en la investigación y definición detallada de la terminología evento así como su evolución con el paso del tiempo hasta la actualidad. Por otro lado, analizaremos los tipos de eventos existentes junto con sus características y objetivos. Nos centraremos en evento social, englobando dentro nuestro ejemplo de proyecto que se llevara a cabo en la parte práctica, siendo este un evento educativo. También hablaremos sobre el protocolo, las bases de cortesía y educación básica y la ayuda del protocolo en un tipo de evento de esta índole.

Por otro lado, está la parte práctica del proyecto que se llevará a cabo con el estudio del caso el cual se expondrá desde un punto de vista práctico. Llevaremos a cabo la creación de principio a fin de un evento, en este caso evento educativo infantil enfocado desde la creatividad, el cual lo realizaremos desde tres etapas: Pre-evento, Evento y Post-evento. En cada una de las etapas detallaremos las características esenciales y necesarias para poder llevar a cabo el evento. Del mismo modo, hablaremos de nuestro target buscado, los objetivos y valores que buscamos y ofrecemos, así como una organización constatada y diferentes creaciones publicitarias para la comunicación de nuestro festival.

Por último, trataremos la organización y el desarrollo de los talleres y charlas que ofreceremos en el proyecto de mano de expertos dedicados a esta área de la educación infantil y la colaboración de diferentes patrocinadores del sector con el fin de dar a conocer nuestra marca y aumentar en el mercado de cara al público como expertos en eventos educativos.

2. Justificación

La elección del tema escogido para mi proyecto se debe en primer lugar, porque desde el primer momento que comencé la carrera de publicidad y relaciones públicas, supe que uno de los campos, los cuales quería interiorizar era el área de organización de eventos. Así es que el primer cuatrimestre de cuarto de publicidad y relaciones públicas realicé mis prácticas curriculares en Mamá tiene un Plan, una plataforma online enfocada a actividades de ocio para niños y familias. Seguido de ello tuve la suerte de poder participar y analizar un evento de principio a fin, en este caso educativo, el cual tuvo lugar en el Museo del Ferrocarril de Madrid. Además otra de las ambiciones que me llevó a realizar este proyecto eligiendo este tema, es la rama de educación infantil, ya que antes de comenzar mi carrera universitaria, realicé un grado superior de educación infantil. Por estos motivos mi objetivo del TFG era unir los eventos y la educación, llevando a cabo de esta manera un evento educativo. Pienso que el tema de los eventos es hoy en día una de las mejores estrategias de comunicación, produciendo beneficios muy altos.

En referencia a lo ya comentado, mi interés por el ámbito de los eventos ha sido clave para poder llevar a cabo este proyecto, ya que además a lo largo de nuestra carrera hemos llevado a cabo diferentes trabajos relacionado con el mundo de los eventos, ayudándonos de numerosas marcas reconocidas en nuestra sociedad.

Los eventos se organizan en base a unos objetivos previos que se incluyen dentro del plan de comunicación. Cuando nos referimos a los eventos no solo describimos lo que conlleva la organización de un acto al cual asisten personas con el fin de que vean nuestra marca sino que se busca el acercamiento del consumidor a la misma.

A día de hoy, la innovación en las Redes Sociales ha llevado a que las marcas puedan darse a conocer de manera más amplia a través de internet, así como que el cliente este continuamente conectado y pueda interactuar con cualquier contenido, prefiriendo la participación directa con la marca que el mensaje contado.

Por estos motivos vamos a llevar a cabo un proyecto centrado en la realización de un evento de principio a fin, dando a conocer la marca Educalife, enfocada a diferentes alternativas de la educación vistas desde una perspectiva creativa y amena.

3. Objetivos buscados en el TFG

En este apartado concretamos los distintos objetivos los cuales pretendemos conseguir realizando el caso práctico basándome en una fundamentación teórica y empírica.

- Entender la historia y terminología relacionada con los eventos.
- Adquirir mayor capacidad de conocimientos en relación con los eventos.
- Planificar de forma efectiva un evento dentro del área de la educación.
- Potenciar las capacidades organizativas necesarias en la creación de un evento.
- Concienciar a la sociedad sobre la importancia que puede suponer un evento en el ámbito educativo.
- Destinar el evento como medio difusor de un aprendizaje innovador.

4. Metodología

Una metodología basada en lo teórico y empírico en la que se trabajarán y analizarán aspectos básicos y los mismos se llevarán a la práctica.

La metodología empleada en este TFG ha sido la búsqueda del método, búsqueda de aplicación de una metodología práctica, desarrollo de un caso práctico, que permita conocer las fases que se llevan a cabo sobre la gestión de un evento social; sus partes, funciones, características, desarrollo y las formas en las que se lleva a cabo un tipo de evento social en este caso enfocado a la educación.

Esta búsqueda ha servido para ampliar el conocimiento sobre cómo debe ser la estructura de un evento, e identificar nuevas ideas a desarrollar. Tras realizar la parte teórica y la creación de un programa de actividades a través de técnicas de investigación primaria

como la observación directa, encuestas a familias con hijos de edades comprendidas entre 6-12 años, (ver Anexo 1) con el fin de conocer la opinión del target escogido para conocer el interés y viabilidad de dicho evento.

Por último la recopilación de información generada por el desarrollo de otros eventos de la misma índole y recopilada, ha servido para llevar a cabo la confección de este trabajo de fin de grado plasmado en la parte práctica del evento.

5. Fundamentación teórica

5.1 Definición y evolución de evento hasta la actualidad

El término evento proviene del latín *eventus*, y a través del diccionario de la Real Academia Española (RAE 2018), tiene tres significados principales:

1. Eventualidad, hecho imprevisto, o que puede acaecer.
Esta definición es la que se aproxima más a la idea mostrada en mi proyecto.
2. Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.
3. Acaecimiento.

Así teniendo en cuenta estos significados que hemos tomado como referencia del concepto de evento, podemos concluir que es un suceso importante que puede producirse de forma programada, o de manera imprevista y con un carácter social, académico, artístico o deportivo.

Getz (2012) define el evento como “...an occurrence at a given place and time; a special set of circumstances; a noteworthy occurrence” (p.46) Es decir, lo trata como un fenómeno temporal que tiene un principio y fin.

Como bien muestra Getz en su definición, un evento programado no surge de la nada espontáneamente, si no que ha de ser establecido y planeado con una intencionalidad y finalidad, tratando los temas propuestos en la actividad, proponiendo un espacio donde

llevarlo a cabo y contando con los distintos productos y servicios ofrecidos para obtener los objetivos planteados a la hora de desarrollar dicho evento.

A diferencia de Getz (1990), Goldbatt (1990) en su definición acerca de evento, reconoce la unidad de tiempo y espacio, deja de lado el carácter espontáneo del evento e incluye un factor importante a la hora de crear y desarrollar eventos, como lo es el factor humano. Cosa que Getz en su definición obvia por completo y solamente se ciñe en definir el evento con un carácter temporal y espacial. Sin embargo los dos en sus respectivas definiciones buscan una serie de propósitos finales con la creación del evento.

Por tanto, estos dos autores marcan un antes y un después a la hora de definir y desarrollar este término, ya que uno incluye el factor humano en su definición mientras que el otro considera los eventos especiales como un tipo de evento.

Así mismo, en relación con lo dicho por Getz (1990) que hace referencia a los eventos especiales, Bowdin (2006) introduce este concepto en su definición que es el siguiente: “Ocasión organizada, una reunión, convención, exhibición, evento especial, cena de gala, etc. Un evento está compuesto en ocasiones por varias funciones relacionadas” (p.34)

Con respecto a estas funciones que nombra Bodwin, encontramos a dos autores más pertenecientes al área Baus y Lesly (1981) citados por Fuentes (2013) que utilizan el paradigma de Lasswell aplicándolo a los eventos.

Tabla 1. Paradigma de Lasswell

QUÉ	Nombre del acontecimiento, alcance, preparación, presupuestos, elementos del programa.
POR QUÉ	Propósito y objetivo
CÚANDO	Horarios y fechas
DÓNDE	Localidad geográfica, instalaciones
QUIÉN	Empresa, institución u organización, invitado de honor, asistentes
CÓMO	Formas de ejecución

Fuente: Creación Propia.

Por último, tomando como referencia al autor Galmés, dice que es muy difícil concretar una definición que abarque todos los aspectos que incluye este término, Galmés (2011) citado por Fuentes (2013) dice que “El problema reside en que los eventos se trasladan a todos los ámbitos de la sociedad y a través de todo tipo de organizaciones” y “Por ello, es prácticamente imposible dar una definición general y descontextualizada del término”.

A modo de conclusión, tras una búsqueda exhaustiva de las distintas acepciones que dan los diferentes autores, podemos definir que evento es un suceso importante que puede programarse o puede ser de manera imprevista y con un carácter social, académico,

artístico o deportivo, siendo estos llevados a cabo en un tiempo y espacio determinados con una serie de funciones que buscan unas metas o propósitos.

Enlazando la definición de evento con la evolución de dicho termino, analizamos que Arnaldi (1968) citado por M^a Teresa Otero (2009), es el primer autor que habla de los acontecimientos especiales considerándolos actividades no habituales, ya que solo se llevan a cabo con el fin de ser festivos u ocasionales.

Detallar exhaustivamente el inicio de la organización de eventos resulta complejo. Sin embargo se puede decir que se basa en una serie de búsquedas realizadas por las empresas que buscan la utilización de nuevas herramientas a la hora de llevar a cabo una comunicación con el cliente o público.

Desde sus comienzos, esta herramienta evoluciona con el paso de los años con el fin de responder a la necesidad de diferencias productos y de transmitir mensajes de manera compleja. Sus inicios de los eventos de empresa se sitúan en los Estados Unidos en torno a 1940. Esta evolución no ha sido igualitaria en todos los mercados, ya que se habituaba en función del desarrollo de cada uno de ellos.

El comienzo de los eventos, tras la investigación realizada, entendemos que se dan como una nueva forma de comunicación y un trato más directo con sus públicos sin la intermediación de factores distorsionantes o intermediarios con intereses, pero distintos a los de las organizaciones.

Los eventos se empezaron a incorporar a las estrategias de comunicación como bien mencionamos anteriormente de algunas empresas. “A finales de los 90, en España, había muy pocas empresas que utilizaban los eventos para comunicarse con sus públicos (Torrents, 2005), (Galmes, 2010).

Las empresas, con el paso de los años han creado una “nueva publicidad” o una nueva forma de comunicación basada en los eventos, ya que la exposición de productos o servicios es más directa con el cliente de esta forma.

Torrents plantea una estructura en la que diferencia cuatro etapas en la evolución de la Organización de eventos.

- Comunicación básica con el Entorno Inmediato

Aparece el desarrollo de una economía nueva, mientras que al mismo tiempo coincide con la aparición de nuevas industrias y mercados. Esto hace que aumente el número de nuevos consumidores. La aparición de grandes empresas crea la necesidad de comunicarse con el entorno y el objetivo de llegar de una forma u otra al consumidor final. Marcado este objetivo aparecen nuevas herramientas de comunicación y de publicidad con el fin de conseguir un feedback entre ambos.

Envueltos en esta situación, nacen los primeros eventos sencillos de comunicación organizados por las propias empresas a partir de la necesidad de crear información.

- Mensajes más complejos

Aparición de la competencia. Las empresas ven la necesidad de nuevas formas de comunicación. Las campañas de comunicación se enfocan a la publicidad. Se necesita más información por lo que los eventos comienzan a personalizarse adaptándose al perfil de la empresa. Ya no es la propia empresa la que lleva a cabo la comunicación para su propio evento si no que aparece la necesidad de nuevos recursos creativos así como la búsqueda de proveedores los cuales conozcan sus necesidades de comunicación.

- Transmitir lo intangible

Las empresas necesitan diferenciarse de la competencia, por lo que siguen creciendo las formas de comunicación, así como diferentes tipos de marketing. De esta forma el evento se le considera una nueva forma de publicidad con el fin de transmitir mensajes más complejos y más directos. De esta forma las Agencias de Eventos crecen y se crean eventos concretos para cada empresa. Las herramientas de comunicación varían, por lo que la publicidad pierde exclusividad como medio informativo. Es el momento perfecto para el desarrollo total de las empresas de Organización de Eventos.

- Segmentación y Especialización

Caracterizada como la etapa más competitiva. El sector crece, convirtiéndose así en un sector más dinámico. Aumenta la oferta y la dificultad de llegar de manera más fácil al consumidor ya que los mensajes son más complejos. Sin embargo existe una gran oferta lo que permite a los anunciantes elegir con más amplitud a los proveedores de eventos que más se relacionen a sus necesidades.

La evolución de los eventos hasta la actualidad ha estado marcada por la evolución a lo largo de los años en la sociedad. La industria y la economía han sido un punto de partida y de acompañamiento para la evolución de estos. El desarrollo y la incorporación de las grandes empresas han llevado a que estas quieran crear una competencia entre ellas y llegar a diferenciarse de la mejor manera posible. A lo largo de los años la Organización de Eventos ha tomado un papel muy importante a la hora de crear una comunicación entre empresa y consumidor, ya que se considera que es de una forma más directa y personal. A día de hoy, los eventos son considerados como una nueva forma de publicidad con la que las empresas comunican y muestran el producto a sus clientes de una manera más cercana. Para las empresas como hemos comentado la comunicación es una de las piezas más importantes de las empresas para la relación con el cliente, sin embargo una de las bases principales para llegar al consumidor es la pieza vital de la creatividad para hacer más eficaz la comunicación.

Las empresas deben de ser capaces de estimular al consumidor y transformar lo imposible o irreal en alcanzable. Los eventos son un método de conexión entre ambos en el que la empresa satisface de manera amena y divertida a su cliente con el fin de hacerle llegar de la mejor manera posible su producto.

Dentro de las empresas, uno de los objetivos que persigue la marca es crear estímulo en las experiencias de los consumidores con el fin de satisfacer las necesidades de consumo dentro de una sociedad. Los eventos son caracterizados una de las mejores herramientas para conseguirlo. “El marketing de eventos ofrece un enfoque innovador en las comunicaciones de marketing, ya que reúne las condiciones para generar experiencias de marca: los consumidores son animados a experimentar los valores de marca a través de los sentidos como una hiperrealidad en tres dimensiones” (Wohlfeil Whelan y 2005:86)

Retomando la evolución de los eventos, en la actualidad estos se llevan a cabo basados en diferentes elementos. La profesora Martín Casado (2017) nos muestra que los eventos se encuentran bajo una filosofía y aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de llevar a cabo un evento y crear un feedback con el cliente. Como consecuencia de la evolución de estos, con el paso del tiempo la organización de eventos, ha crecido y formado con unas directrices básicas. Hoy en día estos eventos han desarrollado una serie de pautas que seguir a la hora de llevarlos a cabo, para esto destacamos las bases más importantes de estos siendo el motivo de organización, los objetivos buscados, el público, así como sus características propias.

Con el paso de los años los eventos, como ya hemos comentado han ido evolucionando a pasos agigantados llegándose a convertir en una nueva comunicación de manera más factible para las empresas con el objetivo de crear un mayor feedback entre ellas y los clientes, y de esta forma presentar su producto de manera más cercana. Haciendo referencia a nuestro tipo de evento, en este caso educativo, lo englobamos dentro de lo social.

Haciendo hincapié en la innovación de los eventos educativos, hoy en día han tomado gran importancia en la sociedad ya que la educación ha ido variando y evolucionando también, con el paso de los años. Presentamos alternativas a la educación formal y la mejor forma de transmitir este nuevo concepto, es a través de la puesta en práctica por ello el motivo del desarrollo del evento. Los eventos educativos han conseguido un puesto dentro de nuestra sociedad, transmitiendo alternativas educacionales a través del juego y de conceptos menos tradicionales como la creatividad.

5.2 Tipos de eventos

Como anteriormente mencionamos en la evolución de los eventos hasta la actualidad, la división de dichos actos sigue en continuo crecimiento y cada vez estos eventos son más específicos adaptados a las necesidades de las empresas

En este apartado veremos los distintos tipos de eventos que nos podemos encontrar y una pequeña descripción de cada uno de ellos, así como la clasificación de los propios eventos según Marcela Argumedo y Marcelo Di Cesar (2012)

En un primer lugar vamos a nombrar como se denominan los eventos es, decir de donde proceden los asistentes. Dichos eventos pueden ser:

Tabla 2: Tipos de eventos. De donde proceden los asistentes

Regional	Los asistentes que pertenecen a una zona con características similares
Nacional	Los asistentes provienen de diferentes provincias o estados de un mismo país
Internacional	Los asistentes provienen de varios países y regiones.

Fuente: Creación Propia.

Enfocándonos en el tema principal de dicho apartado, vamos a citar la tipología de eventos que existen y una breve descripción acerca de ellos:

Tabla 3: Tipos de eventos

<p>EVENTOS SOCIALES</p>	<p>El objetivo de estos eventos es acercarse al target buscado ofreciendo diferentes aprendizajes o momentos de diversión dependiendo desde el ámbito en el que se realice el evento. Siendo estos culturales, deportivos, educativos...entre otros.</p>
<p>EVENTOS CULTURALES</p>	<p>El objetivo de estos eventos es la de transmitir el mensaje para enriquecer el aspecto cultural de las personas que forman parte del evento.</p>
<p>EVENTOS DEPORTIVOS</p>	<p>Son aquellos eventos en los cuales su fin es el de mejorar la calidad de vida, potenciar la vida sana y evitar el sedentarismo mediante la participación activa.</p>
<p>EVENTOS EMPRESARIALES</p>	<p>El objeto de estos eventos es que son el medio útil de las empresas para aumentar sus ventas, dar a conocer un nuevo producto al mercado o para mantener presencia en el mismo.</p>
<p>EVENTOS POLÍTICOS</p>	<p>Encontramos varios tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abiertos puntuales: Puestos callejeros • Abiertos Generales : Concentraciones • Abiertos móviles: Manifestaciones • Cerrados Generales: Meeting Interno

Fuente: Creación propia.

Por último haremos referencia a la clasificación de los eventos que existe mediante un gráfico.

Tabla 4: Clasificación de los eventos.



Fuente: Creación propia.

5.3 Características y objetivos de los eventos

A continuación en este apartado se van a explicar las distintas características que se pueden encontrar en un evento. Para ello me he basado en la teoría de la profesora Martín Casado (2017), la cual expone que existe una filosofía y unos aspectos claros que debemos tener a la hora de organizar un evento:

- Motivo del evento
- Objetivos
- El público al que se dirige
- Características del acto

Otro de los aspectos importantes que cabría destacar de los eventos son las diferentes fases para la organización de los mismos así como: Público al que va dirigido y su propósito, presupuesto y financiación, patrocinadores, directivos de la organización, fecha y lugar del evento...entre otros.

A raíz de lo tratado acerca de la organización y preparación de eventos es el “seguimiento del evento” enlazándolo con lo anteriormente dicho. Para este “seguimiento” nos basamos en una evaluación posterior, la cual consta de una organización, la utilización de unos medios materiales, seguridad, anfitrión, invitados...

Todos aquellos que formen parte de la organización de un acto, partiendo dicha idea de una misma empresa, todos y cada uno deben tener su propia responsabilidad dentro del acto, ya que se consideraría a la propia empresa anfitriona del acto. Sin embargo, al margen de esto en todo evento, debe haber un representante principal que será el que reciba, atienda, cuide de los detalles y de los asistentes al evento. .

Como última aclaración sobre el apartado y a modo de conclusión del mismo, nos basamos en lo citado por Carlos Fuente (2013), el cual considera que cada uno de los eventos muestra una tipología diferente a raíz de los objetivos que persigue. Cada uno de ellos se muestra con unas características diferentes y con contenidos muy variados, siendo estos expuestos ante formatos diferentes:

Basados en unos objetivos y mostrando diferentes características los objetivos buscados por los eventos pueden ser muy variados así como a búsqueda de diferentes motivaciones en este, una formación concreta y diferentes responsabilidades tanto sociales como corporativas.

Los diferentes eventos están basados en diferentes contenidos, ya que cada uno presenta una tipología diferente como ya mencionamos anteriormente, pudiendo ser de carácter deportivo, cultural, música, social, educativo...

Estos eventos son llevados a cabo en diferentes formatos ya que cada uno de ellos se puede presentar de diferentes manera, siendo estos a través de convecciones, congresos, fiestas, celebraciones ferias, Street marketing, eventos itinerantes, presentación de productos, entre otros.

5.4 Evento educativo. Evento social

Tras hacer un análisis exhaustivo de los tipos de eventos, encontramos los tipos de eventos sociales, los cuales pueden presentarse en diferentes campos, tanto deportivos, artísticos, educativos, donde se llevan a cabo diferentes tipos de actividades, así como talleres, charlas, conferencias, inauguraciones, seminarios...entre otros.

Analizando este apartado y centrándonos en la terminología del evento, pero enfocado al ámbito social, podemos considerar que los eventos sociales son agrupaciones de los diferentes tipos de relaciones que se establecen entre individuos, con el resto de sujetos que forman un grupo social o pertenecen a una sociedad específica. (Urbina, 2001).

Los eventos sociales pueden ser de carácter privado, siendo aquellos los que se organizan para un público específico, sin la intención de transmitir nada en concreto para la sociedad, como en este caso nuestro evento, ya que está enfocado para familias con niños y adultos ya sean docentes o futuros padres que les interese la educación creativa enfocada desde diferentes aspectos en la educación infantil.

Diferentes autores toman como referencia este término de evento privado relacionándolo con el evento social teniendo este distinto carácter, formando parte de ellos los eventos educativos.

Haciendo referencia a los eventos privados, Bodwin (2010) los define en función de quien los lleve a cabo como aquellos que no llevan consigo ningún tipo de normativa y sin influencia en la sociedad. Pueden presentarse con características familiares o corporativas.

Otro autor que engloba este tipo de eventos, ya mencionado anteriormente es Otero (2011), que formula que dentro de los eventos anteriormente citados, es decir los eventos privados, estos contienen eventos familiares o íntimos los cuales se llevan a cabo por individuos con diferentes tipos de relaciones entre sí.

Haciendo referencia a estas definiciones de diferentes autores, podemos concluir con que nuestro tipo de evento entra dentro de la tipología de evento social, ya que son aquellos que engloban un tipo de público concreto pero que no acarrear de ninguna manera en algún aspecto en la sociedad.

5.4.1 Características y objetivos

Cuando se toma la decisión de llevar a cabo un evento, sea del tipo que sea se deben tener en cuenta como ya comentamos anteriormente, una serie de objetivos que se pretenden alcanzar y el origen del evento. Porque en consecuencia de los objetivos que se elijan, las directrices que se deben seguir en la organización pueden ser distintas.

Dependiendo del tipo de evento que se lleve a cabo, los organizadores de este deben saber cuáles son sus objetivos concretos. No son los mismos objetivos buscados en un evento económico que en uno social.

Los objetivos que persigue un evento social están centrados en presentar de forma entretenida y amena lo llevado a cabo en el evento. Las directrices y el protocolo de un evento social se rigen a los buenos modales y el saber estar de los asistentes. El presentar un mínimo de cortesía y normas de educación ya que son actos donde se llevan a cabo mucho contacto de relaciones sociales.

A modo de conclusión a cerca de este punto, haciendo referencia a los eventos educativos que como ya mencionamos anteriormente son calificados como eventos sociales, estos se caracterizan por el poder de transmitir a los asistentes el objetivo buscado, es decir, todo aquello que nosotros nos planteamos con nuestro evento y queremos hacerlo llegar a los asistentes a través de charlas y talleres con ayuda y colaboración de expertos dentro de la materia, en este caso expertos dentro de la educación infantil a través del juego y de la creatividad.

5.5 Protocolo y su papel en un evento educativo

En este punto hablaremos sobre el término de protocolo, su definición y el protocolo a seguir dentro de un evento de carácter educativo.

Empezaremos haciendo referencia de la definición según la Academia Real Española, sobre el término de protocolo que proviene del latín tardío *protocollum* que presenta variados significados:

- Serie ordenada de escrituras matrices y otros documentos que un notario autoriza y custodia con ciertas formalidades.
- Acta o cuaderno de actas relativas a un acuerdo, conferencia o congreso diplomático.
- Conjunto de reglas establecidas por norma o costumbre para ceremonias oficiales.

El protocolo se puede entender como una serie de directrices las cuales son aplicadas a diferentes tipos de eventos, los cuales dispongan de la implicación tanto como de anfitriones e invitados. Las características atribuidas al protocolo se basan en torno a un elemento el cual se organiza dentro de un ámbito espaciotemporal poseedor de un poder en forma de autoridades estables y paraestatales.(Otero,2011)

“El protocolo que, además de constituir el conjunto de normas y usos que establecen y ordenan las mencionadas formalidades, no solo establece y ordena jerárquicamente las formalidades que se articulan en un acto y a las personas que participan en él, sino que gestiona el proceso de comunicación que genera la simbología del ceremonial que lo rodea. Así el protocolo es una muy potente técnica de creación de espacios simbólicos de poder que, recordémoslo, es uno de los fines de las relaciones públicas” (Xifra, 2011:42)

Añadiendo más aspectos al término de protocolo, Fuente (2013) habla acerca de que el concepto de protocolo ha ido evolucionando a lo largo de los años, al igual que lo ha hecho y ya comentábamos anteriormente el término evento. En sus comienzos el término de protocolo estaba caracterizado de manera clásica y ceremonial, así como la exclusividad de una técnica al servicio del marketing y de la comunicación.

Volviendo al autor anteriormente citado Otero (2011) dice que dentro del protocolo existen una serie de características que son las que a continuación se muestran:

1. **Carácter formal:** Hay dos tipos, normas jurídicas y consuetudinarias las cuales se deben cumplir.
2. **Afecta al ámbito ceremonial:** Organiza la participación de autoridades en ceremonias públicas.

3. Existen dos vertientes:

- Las relaciones externas
- Las relaciones internas

4. Emisor oficial: Solo el poder podrá conceder normativa de protocolo ya que solo el Estado es aquel que debe decretar las leyes. Otras organizaciones particulares no pueden dar normas de protocolo, pero si normas de origen y ceremoniales siendo estas las empresas, fundaciones, iglesias, asociaciones...

El protocolo a seguir es muy relativo dependiendo de la tipología que se la atribuya a cada evento. Existen diferentes tipos de protocolo los cuales veremos a continuación:

- **Protocolo oficial:** Siendo este el más habitual y conocido ya que es que aparece en los medios de comunicación como por ejemplo La Casa Real.
- **Protocolo social:** Es una serie de normas basadas en el propio protocolo oficial que sin ser obligatorias suelen aplicarse en los eventos de carácter social siendo aceptadas por todos los participantes.
- **Protocolo de empresa:** Carácter y normas que se llevan a cabo dentro de una misma empresa ya sean de carácter público o privado.
- **Protocolo diplomático e internacional:** Agrupación de normas que en determinadas ocasiones se les considera complementarias.

Por un lado, está el protocolo diplomático que organiza la comunicación y los actos oficiales entre los estados de un determinado país.

Por otro lado, el protocolo internacional hace la misma función que el diplomático solo que en lo único que se diferencia del diplomático es que este organiza la comunicación entre estados diferentes al nuestro.

Una vez analizados los tipos de protocolo que podemos encontrar dependiendo de la tipología del evento y basándonos en un evento social de carácter educativo como es nuestro evento, consideramos que el protocolo que se lleva a cabo dentro de un tipo de evento de esta índole, está centrado como ya mencionamos anteriormente en el saber estar y la educación ya que al igual que en cualquier otro evento se basa mucho en las relaciones sociales.

Nuestro evento educativo, debido a que el target buscado son familias con niños, docentes y expertos, dentro del ámbito educativo, el protocolo debe ir acorde con este tipo de evento mostrando respeto y cuidados respecto a los más pequeños. Por otro lado, se debe acondicionar el lugar a este tipo de target para que se encuentren en todo momento a gusto y satisfechos, así como la dedicación plena por nuestra parte ofreciendo la seguridad tanto física y emocional para sus hijos.

Como conclusión y cierre de este punto, consideramos que al término de protocolo se le atribuyen una serie de características en diferentes contextos. Cuenta con una serie de aspectos concretos los cuales están presentes en cualquier tipo de protocolo, sin embargo contamos la diferencia que existe en cada uno de ellos, así como las normas que se llevan a cabo dentro de un protocolo oficial y de un protocolo empresarial. Esto a la hora de llevar a cabo un evento, es uno de los aspectos importantes a tener en cuenta ya que son aspectos básicos a la hora de llevarlo a cabo. Ante esto, en nuestro evento el protocolo utilizado se basará como anteriormente mencionamos en base a las relaciones sociales, así como una buena conducta por parte de los organizadores y los asistentes al evento, creando un *feedback* entre ellos y un buen ambiente dentro del festival.

6. Puesta en práctica. Creación de un evento educativo

6.1 Estudio del caso

La segunda parte del TFG, está enfocada a la parte práctica siendo así la elaboración y desarrollo de un evento creativo enfocado al ámbito educativo infantil.

En este apartado, explicaremos aquellos puntos que llevaremos a cabo para analizar dicho evento y con ello poder desarrollar su explicación. Para ello se llevará a cabo un estudio del caso como método de investigación recogiendo definiciones desde el origen de la terminología de evento definido dicho termino por diferentes autores ya mencionados en la parte empírica.

El estudio del caso es un método de investigación de gran relevancia para el desarrollo de las ciencias humanas y sociales que implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de entidades sociales o entidades educativas únicas. Para el autor Yin (1989), el estudio del caso se basa en la realización de un proceso descriptivo y analítico enfocándose con detalle en unidades sociales o entidades educativas únicas.

La particularidad más característica de ese método es el estudio intensivo y profundo de un/os caso/s o una situación con cierta intensidad, entiendo éste como un “sistema acotado” por los límites que precisa el objeto de estudio, pero enmarcado en el contexto global donde se produce (Muñoz y Muñoz, 2001).

Se presentarán diferentes puntos los cuales aportaran diferente información para el desarrollo de nuestro evento y la explicación y el fin de nuestra marca Educalife. A partir de este estudio se analizarán los diferentes objetivos que buscamos, el fin que queremos conseguir, así como la justificación del target al que nos dirigimos.

6.2 Método llevado a cabo para la explicación y exposición del evento

Atendiendo a las diferentes etapas que se van a analizar a lo largo del proyecto desarrollaremos dentro de cada una de ellas lo necesario para llevar a cabo cada una de dichas etapas. Analizaremos en profundidad las etapas básicas de un evento siendo estas: Pre-evento, evento, Post-evento. Dentro de ellas analizaremos diferentes puntos así como la definición de nuestro proyecto, la explicación de nuestra marca, la comunicación que pondremos en marcha para darnos a conocer y los elementos básicos y necesarios para que el proyecto se realice en las fechas y lugar propuestos.

El método llevado a cabo como comienzo del desarrollo del evento se centra en una encuesta realizada a familias con niños, los cuales son el perfil que buscamos.

El fin propuesto por nuestro evento es de carácter social, aportando diferentes métodos creativos dentro de la educación y la alternativa a una educación formal. Por esto buscamos que sea de carácter social con un fin de aprendizaje y diversión para aquellos asistentes que por su propia decisión decidan pasar un fin de semana envueltos entre la creatividad que pretendemos transmitir con nuestros talleres y charlas.

6.3 PRE-ACTO

6.3.1 Introducción

Comenzaremos hablando de *EducaLife*, se trata de un festival cuya idea nace de este proyecto que surge de la Universidad de Valladolid cuya actividad consiste en la realización de un evento social cuya tipología se centra en un evento creativo enfocado al ámbito educativo infantil.

Los servicios que ofrece este evento es el desarrollo de diferentes actividades como son talleres, charlas y clases de juego y aprendizaje con el fin de captar asistentes los cuales estén interesados en alternativas educativas para sus hijos. Así como una educación

menos formal enfocada desde la creatividad la cual se verá remarcada en los diferentes tipos de charlas y talleres que se llevarán a cabo. Contamos con una ventaja competitiva a la cual habrá que sacar partido y atraer a nuestro target buscado y para esto habrá que planificar la forma en que se informará al público objetivo.

Buscamos crear un punto de encuentro referente en el que educadores y profesionales de este sector logren localizar a la vez que los padres una visión actualizada y de calidad respecto a las diferentes actividades posibles que abarca esta área para los niños y la facilidad de pasar el tiempo de ocio en familia. Para ello, nos valdremos del evento de presentación y la etapa más destacada importante antes de llevar a cabo un evento, siendo esta el Pre-evento, seguidas del evento y post-evento, donde a lo largo de las primeras etapas se llevarán a cabo las diferentes formas de comunicación de nuestro evento.

El evento se centrará en conseguir el público objetivo buscado con el fin de aportar, como ya comentamos anteriormente, una alternativa a la educación formal, desde la base de la creatividad, aportando los días del evento diversión y aprendizaje. Con esto queremos darnos a conocer, mostrando lo que es *Educalife*.

Además para llevar a cabo el evento, hemos creado un logotipo y un slogan. Para la creación de este hemos decidido utilizar unos colores claros y sencillos ya que son enfocados a un público amplio pero en parte infantil. Aparece una planta al borde del nombre *Educalife*, simulando el crecimiento a la par de los niños con la educación y la creatividad. (Ver Anexo 2)





6.3.2 Definición del evento

A-¿Qué es un evento?

Para poder empezar a desarrollar la organización del evento, lo clasificaríamos en un evento social, con carácter educativo. El nombre del proyecto propuesto será “EducalfLife, una forma diferente de crecer”, escogiendo un nombre sencillo y con fuerza.

El principal objetivo del acto es la presentación oficial de nuestra nueva marca con el fin de transmitir en el evento aquello que ofrecemos. Pretendemos enfocar la educación infantil no formal en todos sus ámbitos con la ayuda de diferentes charlas y talleres, las cuales están dirigidas a padres con niños de entre los 4 y los 12 años, llevadas a cabo por expertos del ámbito de la educación infantil que presentan y ofrecen alternativas a la educación formal enfocadas desde un área centrado en la creatividad.

Nuestra propuesta de valor es proporcionar alternativas a la educación formal, creciendo como ya hemos comentado desde una base creativa. Con esto lo que se pretende conseguir es dar a conocer y reforzar la creatividad en todos los ámbitos y áreas de la educación. Creando así “un futuro de pequeños creativos”

Para el desarrollo del festival, contaremos con talleres de música, tecnología, inteligencia emocional y talleres de la buena alimentación a través del juego, todos ellos enfocados desde una perspectiva creativa. Además durante los propios talleres los expertos lo harán más amenos creando en todo momento espectáculo visual a vista de las familias que acompañan a los pequeños con el fin de que se disfrute de los talleres en familia. Todos los participantes del evento serán como ya comentamos anteriormente profesionales los cuales estén dentro del ámbito del ocio educativo y que utilizan el juego y la creatividad como principal herramienta de aprendizaje para los niños.

La selección de los expertos que llevarán a cabo las charlas se hará a partir de un criterio de calidad, con el objetivo de alcanzar las diferentes áreas buscadas y aportando una visión amplia y determinada de las diferentes materias educativas, finalizando con rondas de preguntas de los asistentes.

Como hemos dicho, nuestro evento, es considerado como evento social en el cual se contará con asistentes invitados, así como los medios y otros tipo de expertos como son aquellos que se encargan del desarrollo de los talleres y de las charlas impartidas, las cuales por especialistas del área.

Además se contará con la colaboración de diferentes marcas patrocinando nuestro evento y asimismo promocionando sus marcas a través de las redes sociales.

Todo el desarrollo del evento se lleva a cabo desde una base creativa y como diferentes autores presentan desde una perspectiva pedagógica, se afirma que la creatividad tiene mucha importancia en el desarrollo de los alumnos. Como afirma el autor Marín (1974): “El aprendizaje debe darse una como una faceta innovadora a través de la creatividad” (Pág. 4). Hernández Flórez (1998): “Todo individuo posee un alto grado de capacidad creativa que debe desarrollarse con la práctica” (Pág. 224).

B- ¿Qué buscamos conseguir a través de este evento?

Con este festival buscaremos un punto referente entre expertos, docentes y familias dentro del área de la educación no formal con el fin de que todos los asistentes encuentren alternativas en la educación de sus hijos desde diferentes perspectivas como puede ser la creatividad. Además queremos conseguir que el tiempo libre se convierta en un momento de ocio entre padres e hijos.

6.3.3 Objetivos

Para poder desarrollar un evento, debemos explicar cuál es el fin buscado y los objetivos marcados. El objetivo principal del acto es dar a conocer nuestra marca llevando a cabo este proyecto. Tiene una finalidad social, con un target buscado en el que lo que pretendemos mostrar es las posibles alternativas de educación no formal que existen, enfocadas desde la base de nuestro evento que es la creatividad. A consecuencia del primer objetivo buscado por la organización, buscamos el éxito de otros tipos de objetivos los cuales serán buscados con el desarrollo del evento.

Estos objetivos son los siguientes:

- Poner en valor la Educación infantil no formal en todos sus ámbitos, desde una perspectiva de ocio educativo creativo y de calidad.
- Compartir diferentes experiencias educativas extracurriculares aportando un marco pedagógico común.
- Enfocarlo a diferentes áreas temáticas analizando el papel y su importancia.
- Compenetración en las diferentes actividades entre los padres e hijos desde una base creativa.

- Conseguir el mayor interés de nuestro target a través de la aplicación de diferentes propuestas participativas dentro del evento.

6.3.4 Público objetivo del acto

Nuestro evento pretende atraer a personas, así como padres con hijos o parejas que les atraigan alternativas en la educación, así como lo tradicional enfocado desde la creatividad.

Sin embargo, nuestro target buscado, en primer lugar son familias con hijos de edades comprendidas entre los 4 y los 12 años, atrayéndoles con el fin de incluir alternativas educacionales en el crecimiento de sus hijos, así como el disfrute del tiempo libre con propuestas de ocio educativo y de calidad.

En segundo lugar, a gestores y docentes de escuelas infantiles y centros escolares con el objetivo de que se complementen proyectos educativos que ellos presentan con diferentes propuestas extracurriculares, las cuales puedan adaptarse en diferentes ámbitos a las necesidades de formación de sus alumnos.

Por último, a docentes de los ciclos de Primero y Segundo de Educación infantil con el fin de potenciar la integración de las opciones propuestas de educación no formal, llevándolas a cabo en sus aulas.

6.3.5 Lugar de realización

El lugar donde se llevará a cabo el Evento será en el Palacio Quintanar (Segovia), edificio renacentista del siglo XVI. La localización es inmejorable ya que se encuentra muy próximo al centro de la ciudad y del acueducto. El Palacio Quintanar es un centro cultural multidisciplinar de la Junta de Castilla y León creado para desarrollar una amplia programación de actividades, exposiciones, conferencias, seminarios, talleres... Siempre con compromiso con la innovación, la creatividad, la formación y la cultura. La estructura

del Palacio es propia de la casa señorial segoviana, construida en torno a un patio central, uno de los elementos más identificativos de la edificación palaciega de dicha época.

Algunos de los motivos por los que se ha elegido dicha localización son

A- Tamaño y capacidad

El Palacio cuenta con un aforo suficiente para la realización del evento, así como la disponibilidad de diferentes salas para llevar a cabo las charlas y los talleres. También contamos con un pequeño patio interior donde se podrán realizar diferentes actividades planteadas en la descripción del evento.

B- Facilidad de acceso

La localización del Palacio es muy céntrica y se encuentra a pocos pasos del Acueducto. Se cuentan con diferentes puertas de entrada, así como la facilidad de llegar hasta el Palacio andando. Un punto a favor de la localización es que al encontrarse en un punto céntrico, los asistentes al evento cuentan con la facilidad de acceder a diferentes bares y restaurantes que se localizan cerca de la zona del Palacio.

C- Estancias adaptadas para charlas

Las diferentes salas que se encuentran en el Palacio están adaptadas para llevar a cabo cada una de las charlas. Disponen de elementos audiovisuales, así como proyectores y luces individuales predestinadas a las charlas en público.

D- Edificio cultural

El edificio presenta una cultura de diseño e imagen como herramienta para la innovación e instrumentos para el desarrollo social. Es uno de los conjuntos arquitectónicos más

importantes de Segovia. Cuenta con elementos identificativos de la edificación palaciega de la época entorno al siglo XVI.

En el Palacio además los asistentes se pueden encontrar con otros tipos de eventos culturales, así como exposiciones de música, arte contemporáneo, fotografía... a los que podrán acceder de manera gratuita a la vez que asisten a nuestro evento.

6.3.6 Comunicación del evento

Para comunicar nuestro evento y llegar a nuestro público contaremos en primer lugar con la ayuda de los talleristas, siendo estos colaboradores de nuestro evento a promocionar dicho festival a través de las redes sociales durante tres semanas antes, con el fin de captar la atención de personas que no vivan en la misma ciudad de Segovia.

Se publicarán noticias del evento en sus respectivas redes sociales, así como son Instagram, Facebook, y Twitter.

En segundo lugar, debido a que es un evento de carácter social se crearán entradas que se pondrán a la venta en un punto de venta, una semana antes del evento, por lo que se estarán vendiendo entradas durante el fin de semana anterior al festival, en el mismo Palacio de Quintanar. Además se repartirán flyers por la zona cercana al Palacio donde creamos que puede moverse más nuestro público objetivo, con el fin de captar su atención.

6.3.7 Diseño y elaboración de material impreso

En este punto, se podrán ver los diseños de papelería diseñados por la propia autora de TFG, (ver anexo 6), siendo estos las entradas al evento, los *flyers* que repartiremos previamente al evento y durante el mismo, el propio programa del evento el cual se repartirá al igual que los *flyers* y un roll up que se colocara en la puerta del Palacio de Quintanar para indicar a los asistentes la entrada al festival. En dicho Roll up aparecen

las actividades las cuales se van a llevar a cabo, la organización partiendo de *Educalfife* y los patrocinadores del evento. A continuación se muestran los diferentes diseños creados por la autora del tfg:

Flyer



Entrada para el evento



6.3.8 Presupuesto y fuentes de financiación

En este punto, veremos el presupuesto necesario que necesitamos para llevar a cabo el evento. A pesar de contar con patrocinio, sabemos que se trata de un evento de grandes características en cuanto a imprenta y *merchandasing*, por lo que partimos con un presupuesto de 20.000 €, pero al tratarse de un evento de poca duración no elevamos nuestro precio inicial.

Por una parte, contaremos con empresas patrocinadoras para nuestro evento en el que dentro de este ofreceremos sus productos de manera gratuita, *Trina, Font Vella...*

Por otra parte, destinaremos el dinero recaudado por el precio de las entradas del festival para los gastos que suplen la imprenta y *merchandasing*.

Dentro del evento contaremos con un mini bar donde se venderá bocadillos y bebidas, estos productos dependerán del asistente al evento, ya que se colocará una tabla de precios en el mismo festival para su disfrute.

Contamos con la facilidad de que el espacio del Palacio de Quintanar es cedido, por lo que nosotros no cobraremos espacio ni establecimiento a cada uno de los talleristas y expertos que colaboren con nosotros en dicho evento. Contar también con la idea de patrocinio por parte de los colaboradores ya que por su asistencia a nuestro evento de manera gratuita y su difusión de nuestro evento en las redes sociales, cada uno de los colaboradores aprovechara el festival para dar a conocer sus productos y poder poner en venta los mismos.

La organización, en cuanto al personal que trabaje durante los días del evento se llevará a cabo por los propios organizadores del evento, donde nos ocuparemos y llevaremos a cabo el papel de los: azafatos, recogedores, la seguridad dependerá de nosotros y de los propios miembros del Palacio de Quintanar.

Tabla 5: Presupuesto Imprenta

IMPRESA			
Producto	Cantidad	Precio	Total
Entrada	600	0,75€	450€
Flyer	200	0'5€	100€
Roll Up	1	40,60€	40,60€
Programa del acto	600	0,75€	450€
Descuento		300€	740'6€

Fuente: Creación propia.

Tabla 6: Presupuesto Merchandasing

MERCHANDASING GRAMOLA			
Producto	Cantidad	Precio	Total
Camisetas	600	10€	6.000€
Bolsas	600	5€	3.000€
Chapas	600	4€	2.400€
Mochilas	600	10€	6.000€
Descuento		4.000€	13.400€

Fuente: Creación propia

En conclusión tras analizar los cálculos, el precio con el que partíamos de presupuesto constaba de unos 20.000 €, y finalmente los gastos totales han sido de unos 14.140.60 €, llegando al objetivo estimado de presupuesto. De esta manera, nos sobra dinero para imprevistos.

6.3.9 Comunicación del evento

A- Comunicación Interna

Las personas implicadas en la comunicación interna seremos todas aquellas que formemos parte de la organización, repartiendo las tareas en función del conocimiento que envuelve al evento y la idea seleccionada de lo que queremos llevar a cabo. Además estaremos constantemente al corriente de cómo se va desarrollando el proyecto y las

funciones que se ejercen en él, así como reuniones con empresas, con colaboradores, recibir y contestar emails a la previa del evento.

Dentro de la organización contaremos con un Dossier informativo con espacios, horarios, *timings* y contactos.

Creación de *merchandasing* que se repartirá a la entrada del evento a cada asistente, conteniendo este una bolsa, mochila, chapa y una camiseta de *Educalife*.

B- Comunicación externa

El evento en primer lugar se mencionará como ya comentamos anteriormente por los talleristas y colaboradores del evento a través de las redes sociales durante tres semanas antes al festival. Pensamos que es una manera más amplia y eficaz de llegar a un gran público y hoy en día vivimos en una sociedad en la que vivimos inmersos dentro de las redes sociales. Por esto es importante que la marca se dé a conocer a través de las redes sociales con el fin de darnos a conocer a grandes rasgos en el mismo evento.

Días previos al evento iremos mostrando carteles con la información de charlas, talleres y las distintas actividades en familia. Y transmitiendo nuestro mensaje y valores para que lo asocien a nuestra marca.

En segundo lugar, mandaremos una invitación al comunicado de prensa, mostrando nuestro máximo interés y satisfacción con el fin de que asistan al evento.

Invitación al comunicado de prensa



Nos complace invitarles a nuestro evento EducAlife, evento creativo enfocado al ámbito educativo infantil, que tendrá lugar en el Palacio de Quintanar, Segovia.

La fecha en que tendrá lugar dicho evento, será el sábado 30 de junio y el domingo 1 de julio, inaugurando su apertura a las 10:00h hasta las 20:00h.

Se agradece confirmación de asistencia, al siguiente apartado de correos/numero de contacto:

Tfn: 674 89 07 64

Correo electrónico: educalifeestuevento@gmail.com

Disponibilidad: de 9:00h a 17:00h

Fuente: Creación propia.

C- Tratamiento de medios

El contacto con los medios se llevará a cabo por la invitación presentada anteriormente. En primer lugar y posterior al evento se creará una nota de prensa la cual será destinada a diferentes periódicos al finalizar el evento con el fin de que entren en las rotativas y pueda aparecer publicado en el periódico el lunes posterior al domingo del evento, siendo el lunes 2 de Julio.

Los periódicos seleccionados para el envío de las notas de prensa son: El Norte de Castilla, El Adelantado de Segovia, Noticias de Segovia, El Día de Segovia.

Sin embargo considerando que es un evento de poca capacidad y de poca duración intentaremos que diferentes canales locales puedan hacer referencia a nuestro festival.

6.4 ACTO

6.4.1 Calendario

En este apartado presentamos el calendario de los días previos al evento, donde podemos observar las diferentes actividades que llevaremos a cabo.

Tabla 7: Calendario

Junio 2018						
Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
					1	2
3	4 Promoción del evento en RRSS por colaboradores.	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22 Venta de entradas en el Palacio de Quintanar.	23 Venta de entradas en el Palacio de Quintanar.
24 Venta de entradas en el Palacio de Quintanar.	25	26	27	28 Promoción del evento en RRSS por colaboradores.	29 Preventiva al evento. Acto de inauguración.	30 /31 EVENTO

Fuente: Creación propia

La organización previa al evento la llevaremos a partir de la organización mostrada en el calendario del mes de junio. Del día 4 de Junio al 28 de Junio, nuestros colaboradores promocionaran el evento a través de sus redes sociales como ya comentamos anteriormente, con el fin de que las semanas previas al evento, las publicaciones sean visualizadas por el mayor número de personas.

El fin de semana previo al evento, venderemos las propias entradas en el mismo Palacio de Quintanar, desde su apertura a las 10:00h hasta las 20:00h cada de viernes a domingo.

A mayores, el 29 de Junio realizaremos una preventiva al evento, creando un acto de inauguración, la cual se anunciara a través de las redes sociales junto con el evento, por nuestros colaboradores.

El fin es que puedan asistir el mayor número de personas que vayan o no a asistir al evento, para que de tal forma nos conozcan antes del festival. Además de la asistencia previa de nuestros colaboradores.

El acto de inauguración se llevara a cabo en el mismo Palacio de Quintanar, donde se ofrecerá un catering el cual es ofrecido por la propia organización, junto con diferentes bebidas que ofrecerá de forma gratuita el Palacio de Quintar.

6.4.2 Planificación

A- Fecha

La fecha seleccionada para la realización del evento sería el último fin de semana de Junio, tratándose del sábado 30 de Junio y del domingo 1 de Julio.

La elección de dicha fecha es debida a que los niños ya han finalizado el curso escolar y gozan de vacaciones de verano. Se han elegido dos días para llevarlo a cabo, con el fin de exponer diferentes charlas y talleres con la organización adecuada para que todos aquellos asistentes que quieran acudir al evento puedan disfrutar de ambas actividades, tanto un día como otro.

B- Hora y programación

El comienzo del festival, se dará a las 10:00 de la mañana y finalizara a las 20:00 de la tarde.

Las charlas serán dirigidas por expertos para los asistentes del evento con contenidos relacionados con el aprendizaje en ámbitos no escolares con niños de entre 4 y 12 años. El formato será rápido y variado, no superando los 30 minutos de exposición con posterior rondas de preguntas de los asistentes.

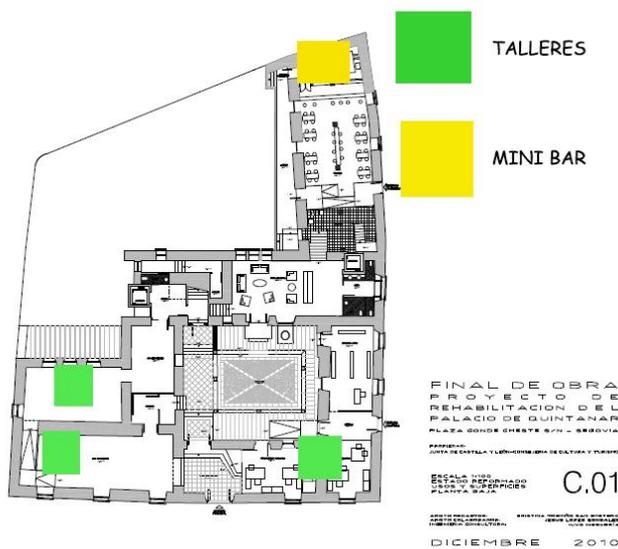
Los talleres prácticos serán impartidos por expertos de diferentes áreas distribuidos por las diferentes salas y patios del Palacio de Quintanar ofreciendo un formato diferente y exclusivo para un evento que está inundado de diferentes puntos de vista de cómo llevar a cabo la educación.

C- Lugar

El lugar donde se llevará a cabo el Evento será en el Palacio Quintanar (Segovia).

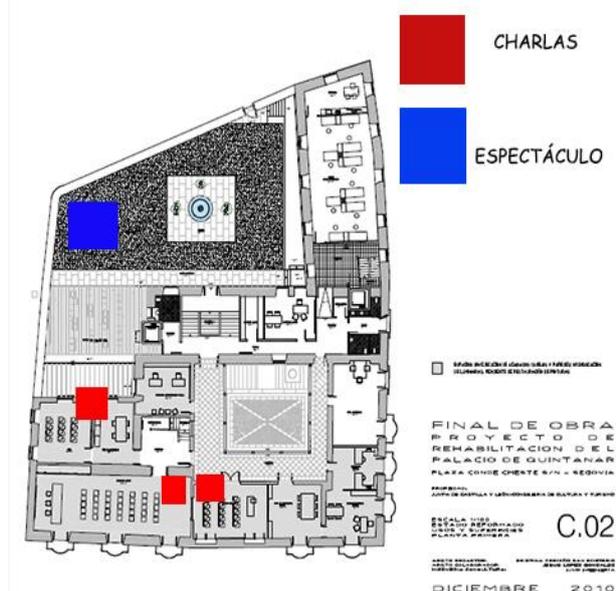
La localización es inmejorable ya que se encuentra muy próximo al centro de la ciudad y del acueducto. El Palacio Quintanar es un centro cultural multidisciplinar de la Junta de Castilla y León creado para desarrollar una amplia programación de actividades, exposiciones, conferencias, seminarios, talleres... Siempre con compromiso con la innovación, la creatividad, la formación y la cultura.

Ilustración 1: Primera Planta



Fuente: Creación propia

Ilustración 2: Segunda Planta



Fuente: Creación propia

6.4.3 Cronograma

Tabla 8: cronograma

30 de Junio y 1 de Julio	
HORARIOS 10:00h a 20:00h	
Sábado 30 de Junio	Domingo 1 de Julio
9:00-9:30 Inauguración de la apertura	9:30-10:00 Apertura de puertas
9:30-10:00 Apertura de puertas y bienvenida a los colaboradores	10:00-11:00 Espectáculo Cinesferic
10:00-11:00 Espectáculo Cinesferic	11:00-11:30 Charla 1: Nuevas tecnologías, nuevos retos
11:00-11:30 Charla 1: Nuevas tecnologías, nuevos retos 11:00-12:00 Taller Tintarantín	11:00-12:00 Taller Tintarantín
12:00-12:30 Charla 2: Cerebro y emoción	12:00-12:30 Charla 2: Cerebro y emoción
13:00-16:00 Descanso	13:00-16:00 Descanso
16:00-17:00 Taller Rive Kids 17:00-17:30 Charla 3: Educación y valores creativos	16:00-17:00 Taller Rive Kids 17:00-17:30 Charla 3: Educación y valores creativos
17:30-18:00 Taller Snazaroo	17:30-18:00 Taller Snazaroo
18:00-18:30 Charla 4: Como hacer las paces entre las verduras y tus hijos	18:00-18:30 Charla 4: Como hacer las paces entre las verduras y tus hijos
19:00-20:00 Taller de alimentación a través del juego	19:00-20:00 Taller de alimentación a través del juego

Fuente: Creación propia

6.4.4 Desarrollo del evento

El comienzo del evento dará paso a la previa inauguración a las 9:00h de la mañana el sábado 30 de Junio. Toda la organización se reunirá para dar la bienvenida a los colaboradores de nuestro festival, previamente a la apertura de puertas y la bienvenida a los asistentes al evento.

El aforo diario del que disponemos es de 300 personas para ocupar el Palacio el sábado y otras 300 para el domingo.

A partir de las 9:30h los asistentes que tengan su entrada previamente comprada podrán ir llegando al Palacio, dónde a la entrada, a cada asistente se les regalará una bolsa con el logo de Educalife como más adelante mostraremos en el Anexo, en merchandasing, la cual estará compuesta por una camiseta, unas chapas y una mochila de cuerdas con el fin de dar a conocer la marca y que guarden un recuerdo físico de nuestro evento.

A las 10:00 comenzará el espectáculo de Cinesferic y según vayan llegando los niños, dependiendo de la edad que tengan, se les dará una camiseta de diferente color, con el fin de diferenciar las edades a la hora de la participación en los diferentes talleres. Como ya explicamos en puntos anteriores y como figura en el programa, se llevaran a cabo cuatro talleres y charlas diferentes.

Al lado de cada taller, habrá un stand expositivo donde ellos mismo colocaran sus productos pudiéndose adquirir con un precio menor al que se vende al público en tienda.

Como aparece en el cronograma, distinción de los cuatro tipos de talleres y charlas, enfocados a toda la familia. Las charlas que se llevarán a cabo en el evento están más enfocadas a los padres y docentes con el fin de que adquieran información sobre todo aquello que queremos transmitir con este festival y con nuestros Valores de marca.

Los talleres son muy variados, hablando desde el punto tecnológico con Rive Kids y la creatividad pura con Snazaroo. Por una parte, Fundación Alimerka también se encuentra

dentro de nuestros talleres aportando diferentes bases a través de un taller alimenticio basado en la creatividad y el juego.

Por otra parte, *Tintarantín* jugando con la inteligencia emocional de los más pequeños a través del juego.

Los asistentes podrán además disfrutar de un mini bar en el cual habrá diferentes bebidas como Coca-cola, cerveza, vino para los adultos. Y el aporte gratuito de nuestras marcas patrocinadoras Trina y Font Vella para los más pequeños.

El evento finalizará ambos días a las 20:00h en el cual los asistentes deberán abandonar el Palacio entre las 20:00-20:30h tras la finalización del último taller.

6.5 POST-ACTO

Una vez finalizado el evento, podemos confirmar el éxito entre los asistentes de este. Se ha disfrutado de un fin de semana en el que hemos cumplido uno de nuestros objetivos, que era dar a conocer nuestra marca y servicios a través de nuestro evento a la vez que se desarrollaba en este, un ambiente divertido y ameno.

Por una parte, resultó de gran ayuda la publicación de nuestro evento en las redes sociales de los *talleristas*, aumentando además sus likes y visitas en las publicaciones de cada uno de ellos.

Por otra parte, los *talleristas* quedaron muy contentos con el resultado final, ya que los asistentes al evento, respetaron y participaron respetivamente en sus dinámicas, así como el disfrute conjunto entre *talleristas*, padres e hijos.

Además han dado a conocer de manera muy cercana sus productos y han obtenido muy buenas respuestas y resultados a estos.

Por todo esto, podemos decir que los resultados obtenidos a corto plazo han superado a los esperados. La satisfacción ha sido grata por parte de los asistentes y de los

organizadores y no se descarta realizar un evento próximo en la ciudad de Madrid en unos meses.

Finalmente, la organización se reunirá con el fin de analizar si los objetivos planteados se han cubierto y se han conseguido en su totalidad.

7. Conclusión

El objetivo principal de este proyecto era llevar a cabo a partir de ciertas pautas la organización de un evento creativo enfocado al ámbito educativo infantil.

Para llevar a cabo este objetivo he planteado una serie de preguntas realizadas a modo de encuesta anónima obteniendo una serie de datos representados en diferentes gráficas (Anexo 1) las cuales aportan una serie de información acerca de lo que la sociedad actual pide a la hora de que se celebre un evento de este ámbito, es decir social y educativo en este caso, como puede verse reflejado tanto en la pregunta una como en la dos. Consideran que la creatividad forma un papel importante dentro de la educación de sus hijos, siendo este uno de los pilares fundamentales en las que muchas familias se basan en su desarrollo educativo y social.

Por otro lado, planteo una serie de objetivos, siendo uno de los más destacados la definición de evento y el análisis de su tipología. Con esto me he dado cuenta de la importancia hoy en día los eventos para el mundo publicitario, siendo estos como ya comenté anteriormente una nueva publicidad dentro de nuestra sociedad. Los eventos es la mejor forma para que hoy en día las empresas presentes sus productos de una forma más directa y cercana al consumidor. Además de manera global los demás objetivos me han aportado una serie de capacidades, conceptos que antes tenía pero a raíz de la elaboración de este tfg, he profundizado, teniendo una base más amplia acerca de estos términos y objetivos.

Desde mi punto de vista, el desarrollo del evento llevado a la práctica me ha resultado gratificante, debido a que he plasmado desde diferentes perspectivas todo lo aprendido a

lo largo de los años de carrera. Abarcar tantos rasgos y pautas a lo largo del evento para su desarrollo me ha servido para organizar una planificación de un evento en su totalidad.

La elaboración de este proyecto elegido personalmente como ya he mencionado me ha sido gratificante debido a que he combinado dos de las cosas que más me gustaría desarrollar, siendo la organización de eventos y la educación.

Finalmente, considero que la organización de un evento consta de mucha organización y trabajo, dándonos cuenta de ello a lo largo del proceso de este proyecto. Sin embargo el aporte a nivel organizativo lo considero lo más enriquecedor de este proyecto, ya que a la hora de llevar a cabo un evento desde sus inicios, la base de todo ello es un buen equipo y una buena capacidad organizativa.

8. Bibliografía

- Argumedo, Marcela, Di Cesar, Marcelo. (2012). Lectura N°2 “Tipología y clasificación de eventos”. Fundación Universitas, Educación Superior. Pp 1 – 5.
- Bodwin, G. y otros (aut.) (2010): *Events Management*. Events Managements series, Londres.
- Bodwin, G., McDonell, I. Allen, J .O’Toole, B. (2006). *Event Management*, 2ª edición. Elsevier.
- Cerezo, Galmés, María Asunción. (2010). La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial. (Tesis Doctoral). Facultad de ciencias de la comunicación. Málaga.
- Fuente, C., García de Quevedo, Campos, G. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa hacia una definición y clasificación. *Revista de comunicación de la SEECI*. Año XV (32), 73-105.
- Getz, D. (1990). *Festival, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Getz, D. (2012). *Event Studies*. Routledge.
- Goldblatt, J.J. (1990). *Special Events: the art and science of celebration*. Van Nostrand Reinhold
- Hernández Flórez, M.N. (1998). *Apuntemos a la excelencia por la creatividad*. En Marín Ibáñez, R; López-Barajas Zayas, E. y Martín González, M.T. (coords.). *Creatividad polivalente. Actas y Congresos* (pp. 221- 230). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Marín Ibáñez, R. (1974). *La creatividad en la educación*. Buenos Aires: Editorial Kapelusz (Pág. 4)

Martin Casado, Teresa Gema (2017). Tema 6. *Producción de eventos. Tipos de eventos. Asignatura Protocolo y Organización de eventos*. Campus María Zambrano. Segovia. Universidad de Valladolid.

Muñoz Servan, P. y Muñoz Servan, I. (2001): “*Intervención de la familia. Estudios de casos.*”

Otero Alvarado, M^oT (2011). *Protocolo y empresa, el ceremonial corporativo*. Barcelona UOC. (Pág. 46 - 48).

Otero, Alvarado, M^oT (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Editorial: UOC (Universitat Oberta de Catalunya).Barcelona.

Página oficial del Palacio de Quintanar. Recuperado de <http://www.palacioquintanar.com/el-palacio>.

Piñero, C., Martínez C. (2013). El protocolo y sus modalidades ¿Cuántos tipos de protocolo existen?. *Magazine Gabinete de Protocolo*.

Real Academia de la Lengua Española (2017). Definición de evento. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=H9JpZQS>

Real Academia de la Lengua Española (2017). Definición de protocolo. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=USpE7gq>

Torrents,R. (2005). *Eventos de empresa: El poder de la comunicación en vivo*. Bilbao: Ediciones Deusto.

Urbina, J. A. (2011): *El gran libro del protocolo*, ediciones planeta, Madrid.

Wohlfeil, M. & Whelan, S. (2005a). *Consumer Motivations to Participate in Marketing-Events: The Role of Predispositional Involvement. European Advances in Consumer Research*, Volume 7.

Xifra, J. (2011). *Manual de relaciones públicas e institucionales*. Jordi Xifra. Madrid: Tecnos. (Pág. 42)

Yin, R.K.(1989): *Case Study Research. Design and methods*, Applied Social Research Methods Series, Vol.5, Sage Publications, London.

9. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

1. ¿Has asistido alguna vez a algún evento educativo?
2. ¿Crees que es importante la creatividad en la educación de tus hijos?
3. ¿Qué tipo de taller le gustaría encontrarse en EducaLife?
4. ¿Realiza algún tipo de actividad con tus hijos a lo largo del día?
5. ¿Has asistido en alguna ocasión a charlas educativas?
6. ¿Conoce algún tipo de educación que no sea la tradicional?
7. ¿Piensa que es importante la realización de eventos de esta índole?

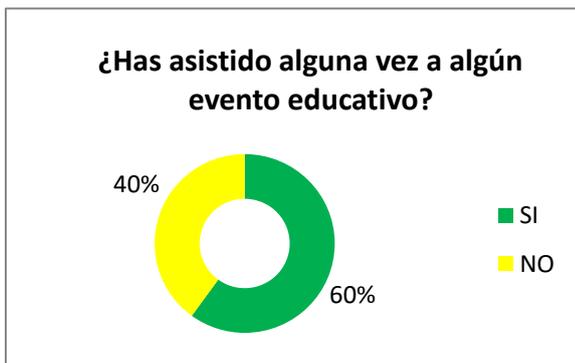
Tabla 9: Encuesta destinada a padres con hijos

ITEM/PREGUNTA	RESPUESTAS	
¿Has asistido alguna vez a algún evento educativo?	SI	NO
¿Crees que es importante la creatividad en la educación de tus hijos?	SI	NO
¿Realiza algún tipo de actividad con tus hijos a lo largo del día?	SI	NO
¿Conoce algún tipo de educación que no sea la tradicional?	SI	NO

¿Has asistido en alguna ocasión a charlas educativas?	SI	NO			
¿Piensa que es importante la realización de eventos de esta índole?	SI	NO			
¿Qué tipo de taller le gustaría encontrarse en EducaLife?	Creatividad	Lectura	Psicomotricidad	Alimentación a través del juego	Tecnológico

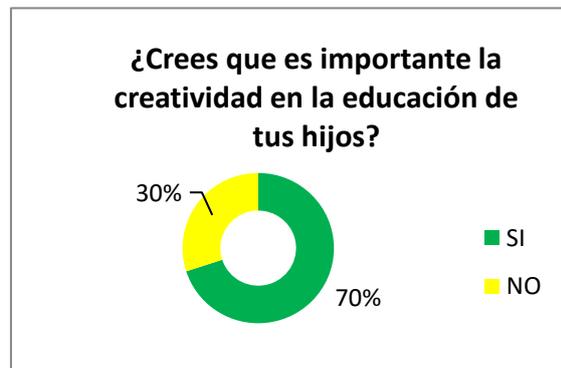
Fuente: creación propia

Gráfica 1: Resultados pregunta 1



Fuente: Creación propia

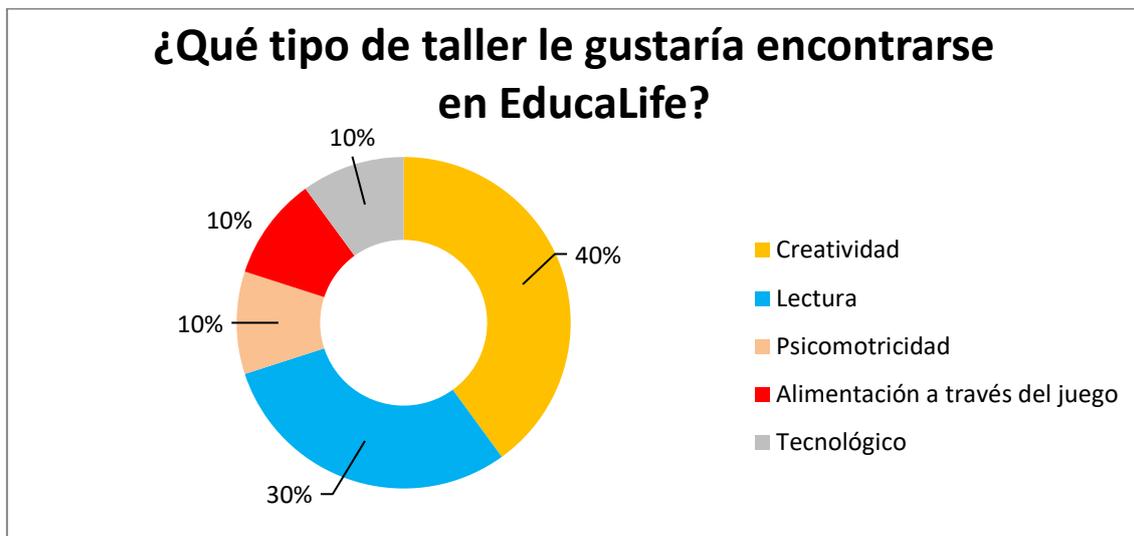
Gráfica 2: Resultados pregunta 2



Fuente: Creación propia

Con esta plantilla que es de elaboración propia, he realizado un total de 10 encuestas a diferentes familias, obteniendo una serie de resultado que a continuación mostrare mediante unas gráficas.

Gráfica 3: Resultados pregunta 3



Fuente: creación propia

Comentario Pregunta 1

Con los datos obtenidos de las encuestas, se observa en que la mayoría de las familias seleccionadas han asistido a un evento educativo por lo que entendemos que muchas de las familias en la sociedad actual en la que vivimos están al tanto de la creación y disfrute de estos eventos para ellos y sus hijos.

Comentario Pregunta 2

La mayoría de los encuestados consideran que la creatividad forma un papel importante dentro de la educación de sus hijos, siendo este uno de los pilares fundamentales en las que muchas familias se basan en su desarrollo educativo y social.

Comentario Pregunta 3

Con los resultados de la pregunta anterior nos reforzamos que con los datos obtenidos de esta última pregunta, se afirma que en la sociedad actual se muestra con más fuerza el valor creativo junto con la lectura, sin menospreciar a las demás actitudes y por ello es el pilar fundamental del proyecto.

Anexo 2: Logo y slogan. Pantone



CMYK 68-0-38-0

RGB 76-212-192

#4cd4c0



CMYK 78-31-28-9

RGB 44-137-163

#2c89a3

Anexo 3: Fotos representativas del evento

Ilustración 3: Patio del Palacio de Quintanar. Espectáculo.



Ilustración 4: Patio exterior. Espectáculo.



Ilustración 5: Salas para charlas.

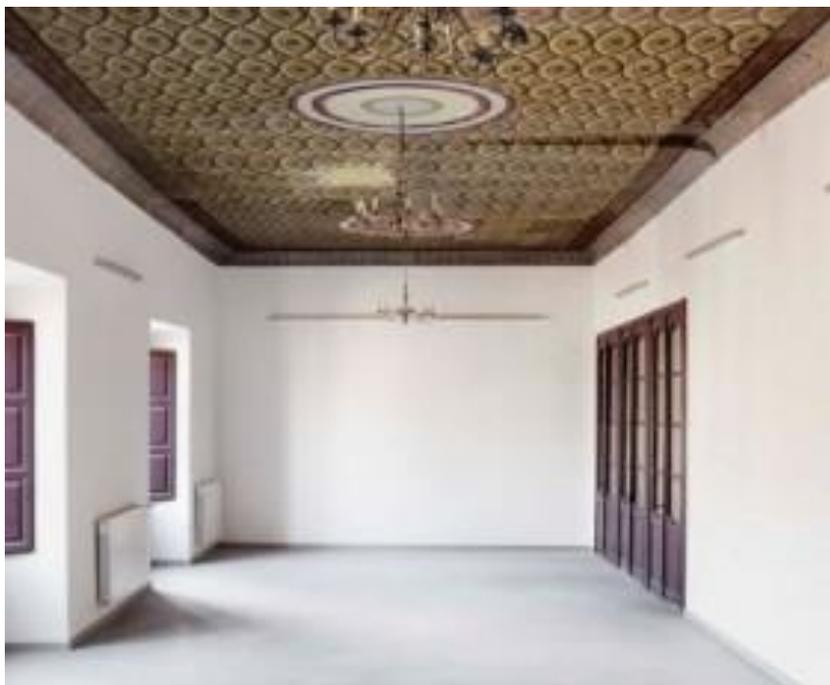


Ilustración 6: Talleres en el Palacio de Quintanar.



Anexo 4: Merchandasing

Ilustración 7: Bolsa Educalife.



Fuente: Creación propia

Ilustración 8: Chapa Educalife.



Fuente: Creación propia

Ilustración 9: Mochila Educalife.



Fuente: Creación propia

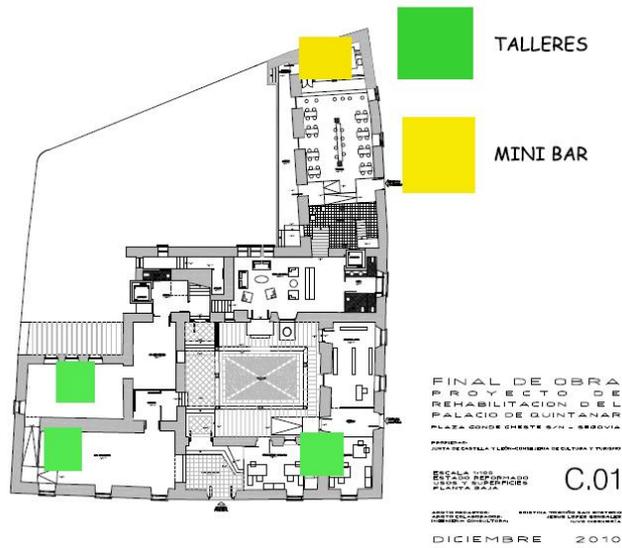
Ilustración 10: Camiseta Educalife



Fuente: Creación propia

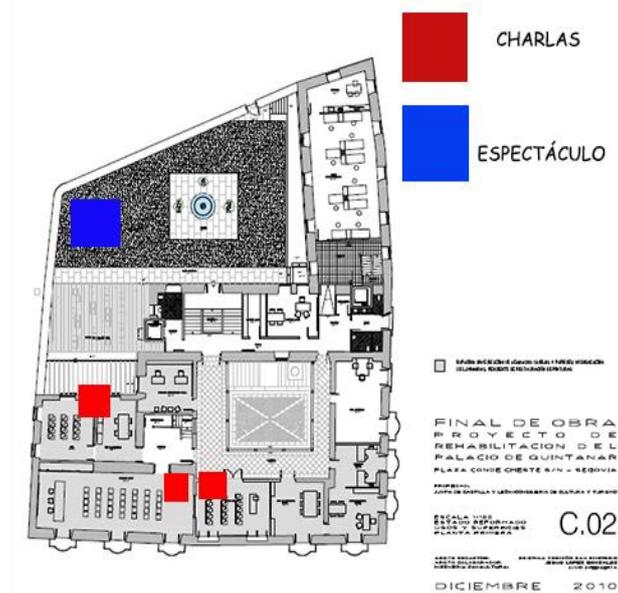
Anexo 5: Planos del Palacio de Quintanar

Ilustración 1: Primera Planta



Fuente: Creación propia

Ilustración 2: Segunda Planta



Fuente: Creación propia

Anexo 6: Creaciones de impresos por autora del TFG

Ilustración 11: Entrada para el evento.



Fuente: Creación propia

Ilustración 12: Flyer.



EVENTO PARA DOCENTES Y FAMILIAS CON NIÑOS DE ENTRE 4 Y 12 AÑOS.

Disfruta con tus hijos de la música, la tecnología y descubre el taller de alternativas para una buena alimentación a través de la creatividad y el juego.

Sábado 30 de Junio y Domingo 1 de Julio.

En el Palacio de Quintnar (Calle de San Agustín,
40001 Segovia)

De 10:00h a 20:00h

2'00€ por persona. Niños gratis.

Fuente: creación propia

Ilustración 13: Exterior programa



Fuente: creación propia

Ilustración 14: Interior programa



Fuente: creación propia

Ilustración 15: Roll up



Fuente: creación propia